



CASO DE ÉXITO



Evolución de marca y adaptación al espacio

Flagship store Jo Malone Madrid

Introducción



La flagship store de Jo Malone London en Madrid representa mucho más que una renovación estética. Se trata de una actualización estratégica de **un espacio emblemático, pensada para reflejar la evolución de la marca sin perder su esencia.**

Un proyecto donde diseño, materiales nobles, tecnología y experiencia de usuario se integran con precisión, y en el que Aluma3 ha desempeñado un papel clave como socio técnico y creativo.

Sobre Jo Malone



Desde 1999, Jo Malone London es la marca británica de referencia del lujo convertido en fragancia.

Jo Malone London es sinónimo de **elegancia atemporal, sofisticación discreta y cercanía**. A diferencia de otras marcas de lujo que recurren a la espectacularidad o a grandes campañas protagonizadas por celebridades, Jo Malone construye su identidad desde la **sencillez, el detalle y la coherencia visual**.

Sus espacios comerciales son una extensión directa de esa filosofía: **ambientes cuidados, luminosos y serenos que ponen el foco en el producto y en la experiencia del cliente**. Aunque su estética tiene raíces británicas muy marcadas, la marca ha iniciado en los últimos años una evolución hacia un lenguaje más contemporáneo, manteniendo siempre ese equilibrio entre lujo y cercanía que la define.



El objetivo



La tienda de Jo Malone en la calle Jorge Juan, en Madrid, es una de las **principales flagship stores de la marca en España**. Tras muchos años sin grandes cambios, el espacio había quedado desactualizado en comparación con otras tiendas de la marca, especialmente en Barcelona, donde ya se habían implementado los nuevos estándares de imagen.

El objetivo del proyecto era claro: **modernizar la tienda**, incorporando nuevos materiales, tecnología e iluminación, sin perder el ADN de Jo Malone. La renovación debía comunicar una imagen más actual, alineada con la evolución internacional de la marca, pero manteniendo su elegancia característica y su atmósfera acogedora.

Además, se buscaba **mejorar la experiencia del usuario** mediante una puesta en escena más cuidada, una iluminación LED eficiente y la integración de soluciones audiovisuales que enriquecieran el recorrido del cliente por el espacio.





Desafíos técnicos



Medición y adaptación de un espacio no estandarizado

Uno de los principales desafíos fue la **medición del local**. Se trataba de un espacio antiguo, con geometrías irregulares, sin ángulos perfectamente rectos y con múltiples adaptaciones realizadas por anteriores propietarios. Esta realidad chocaba con los estándares internacionales de mobiliario de la marca, cuyas medidas están definidas a nivel global.

Para resolverlo, fue necesario desmontar completamente el mobiliario existente y realizar **trabajos de adecuación**. Propiciamos encuentros más amables del espacio y superficies que permitieran instalar los nuevos elementos sin comprometer la estética ni la funcionalidad.

Planificación y tiempos de ejecución

La planificación fue uno de los factores determinantes del éxito del proyecto. El trabajo comenzó con un margen de aproximadamente diez meses, lo que permitió anticipar posibles problemas y ajustar cada detalle con precisión.

¿Cómo lo hicimos?



Planificación y tiempos de ejecución

El diseño conceptual del espacio, así como la definición de la experiencia de usuario, provenían de la sede internacional de la marca en Londres. El papel de Aluma3 fue **traducir ese diseño global al espacio real, adaptándolo a las dimensiones y particularidades del local** madrileño.

Este proceso implicó múltiples ajustes y correcciones, siempre en estrecha comunicación con el cliente. La actitud colaborativa de Jo Malone, abierta y comprensiva, facilitó un desarrollo ágil del proyecto y permitió tomar decisiones acertadas en cada fase.





“

El resultado es un espacio que responde fielmente a los estándares internacionales de la marca, pero perfectamente integrado en su contexto local.

Materiales y estética



La selección de materiales y colores fue uno de los pilares del proyecto. Lejos de buscar soluciones complejas, el reto estuvo en **conjugar elementos aparentemente sencillos de forma armónica y coherente con la identidad de la marca.**

La estética del espacio se construyó a partir de una **paleta sobria y elegante**, basada en el blanco roto y el negro mate. Entre los materiales protagonistas destacan:

- **Corian**, utilizado por su limpieza visual, durabilidad y capacidad de integración.
- **Piedra maciza y mármol**, que aportan peso visual y una sensación de lujo discreto.
- **Textiles beige** en los backwalls, pensados para suavizar el conjunto y aportar calidez.
- **Metales** para los acabados de estanterías y mobiliario.





Sostenibilidad



La sostenibilidad es un aspecto cada vez más presente en los proyectos de retail. En este proyecto, **los metales utilizados son laminados F1, proceden de reciclaje.**

En Aluma3, la sostenibilidad y el reciclaje interno de residuos forman parte de una filosofía de trabajo consolidada. La **gestión responsable de los desechos** generados durante los procesos de fabricación y montaje se integra de manera sistemática en todas las fases del proyecto.

Resultado final



La renovación de la tienda de Madrid refuerza el posicionamiento de **Jo Malone** como una marca capaz de evolucionar sin renunciar a su esencia.

El valor diferencial de Aluma3 en este proyecto ha sido su capacidad para adaptar un diseño internacional a un espacio real complejo, resolviendo retos técnicos sin comprometer la estética ni la experiencia del usuario.





“

En Aluma3,
hacemos real el
briefing de los
clientes, somos
especialistas en
marcas de retail
de lujo

¿Tienes un proyecto?

Cuéntanos los detalles y lo llevamos a cabo

info@aluma3.com

